



Comunicación para el Desarrollo C4D
Programa Regional sobre Migración Mesoamérica
2019

RESULTADOS DEL
**LEVANTAMIENTO
DE INFORMACIÓN**

México / Guatemala / El Salvador / Honduras



Resultados del levantamiento de información en Tapachula y Ciudad Hidalgo (Chiapas).



La Comunicación para el Desarrollo (C4D)

trabaja con las comunidades para encontrar soluciones a los problemas locales. En el 2019, utilizando una metodología validada a nivel global para el uso de la C4D en el tema migratorio, la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) se propone apoyar a sus contrapartes para la implementación de una estrategia que promueva cambios en comportamientos.

El primer paso de esta metodología es conocer a las comunidades en las que se va a implementar la estrategia. Por ello, la OIM, con el apoyo de contrapartes locales, implementó un estudio en varias comunidades de Tapachula con el objetivo de conocer los conocimientos, actitudes y comportamientos de las personas con relación al tema migratorio, particularmente sobre alternativas a la migración irregular. Este estudio es una línea base que nos permite guiar los siguientes pasos de la estrategia en conjunto. A continuación, se presentan los principales resultados de este estudio.

PUNTOS METODOLÓGICOS



Público objetivo

Migrantes potenciales en los próximos 12 meses.
50/50 entre mujeres y hombres
Personas mayores de 18 años



Cobertura¹

- Área de Tratamiento: Tapachula, n=364
- Área de Control: Ciudad Hidalgo, n=159



Método de encuesta

Las encuestas fueron realizadas por voluntarios locales que fueron capacitados por OIM sobre cómo administrar el cuestionario y hacer el muestreo. Los encuestados fueron seleccionados mediante una combinación de muestreo aleatorio, puerta a puerta e intercepción.



Periodo de Recolección de Datos

Del 28 de enero al 06 de febrero de 2019



Tamaño de la muestra por país

523 personas



Método de recolección

Entrevista cara a cara mediante entrevistas personales asistidas por Tablet utilizando muestreo puerta a puerta y de intervención.

¹ El área de tratamiento comprende la principal comunidad donde se pretende trabajar, mientras que el área de control es una línea base para la comparación a la hora de medición de resultados. En esta comunidad no podemos trabajar directamente ya que afectaría la medición de resultados.

PERFIL DEMOGRÁFICO

Edad:

15-24 años	31%
24-35 años	43%
35 a más años	26%

Educación:

Primaria Incompleta	22%
Primario Completa	31%
Secundaria Completa	20%

Actividad Principal:

Desempleado	72%
Empleado	9%
Trabajando por cuenta propia	10%

Sector Laboral:

No trabaja	81%
Construcción	4%
Ventas	4%

Estatus Socioeconómico promedio:

Bajo

Ingresos mensuales del hogar:

Ingreso promedio	\$250
Ingreso medio	\$140

PERFIL MIGRATORIO

¿Ha migrado antes que esta vez?

79% No
19% Sí, a otro país
2% Sí, a otro departamento

¿Quién te influenció para migrar?

93% Yo mismo tomé la decisión
16% Familiares u amigos

¿Dónde quieres migrar?

54% Estados Unidos
43% México
3% Canadá
1% Europa (España)

¿Conoces a alguien en el país de destino?

45% No
34% Sí, familia
28% Sí, amigos

¿Por qué deseas migrar?

71% para encontrar trabajo y ganar dinero
*Solo 7% tienen un contrato asegurado.
51% por la violencia y la inseguridad
4% para la reunificación familiar

¿Cómo migro / va migrar?

26% con un permiso de trabajo
24% Caravana
20% solicitando refugio
17% no lo sabe
10% con una visa para la reunificación familiar
4% con la ayuda de un coyote

Costos de migrar

Estados Unidos 1070 USD
Europa, Canadá y Asia 1900 USD
América Latina 270 USD

¿Cómo piensas pagar los costos de migrar?

Ahorros 60%
Vendiendo bienes 26%
Préstamos de amigos y familias 20%

¿Qué riesgos te preocupan más?

- Secuestro
- Trata de Personas
- Violencia y explotación sexual

¿Qué riesgos te preocupan menos?

- No encontrar trabajo
- Pedir demasiado dinero prestado
- Ser arrestado y deportado

¿Qué conocimientos tienen las personas?

- El **63%** sabe que la migración a Estados Unidos se ha vuelto más difícil en los últimos años.
- El **62%** sabe que se necesita una visa o permiso de trabajo para migrar de manera regular.
- El **76%** sabe que puede ser retornado y perder mucho dinero si migran de manera irregular, es decir, conocen los riesgos básicos de la migración irregular.
- El **62%** sabe que otros países además de los Estados Unidos pueden ofrecer oportunidades de trabajo para los migrantes.
- El **59%** de las personas no conocen opciones locales de programas de apoyo.

¿Qué actitudes tienen las personas?

- El **36%** confía en que un buen coyote los puede llevar a Estados Unidos, mientras que **46%** contradicen esta afirmación.
- El **77%** piensa que vale la pena obtener los documentos apropiados para migrar.
- Solo el **32%** cree que Estados Unidos es el único país que vale la pena para migrar.
- Un **62%** piensa que vale la pena considerar alternativas locales a la migración irregular, mientras que solo **20%** no considera que vale la pena.
- Un **57%** considera que ganarse la vida a nivel local es posible.

¿Qué intenciones (comportamientos) tienen las personas?

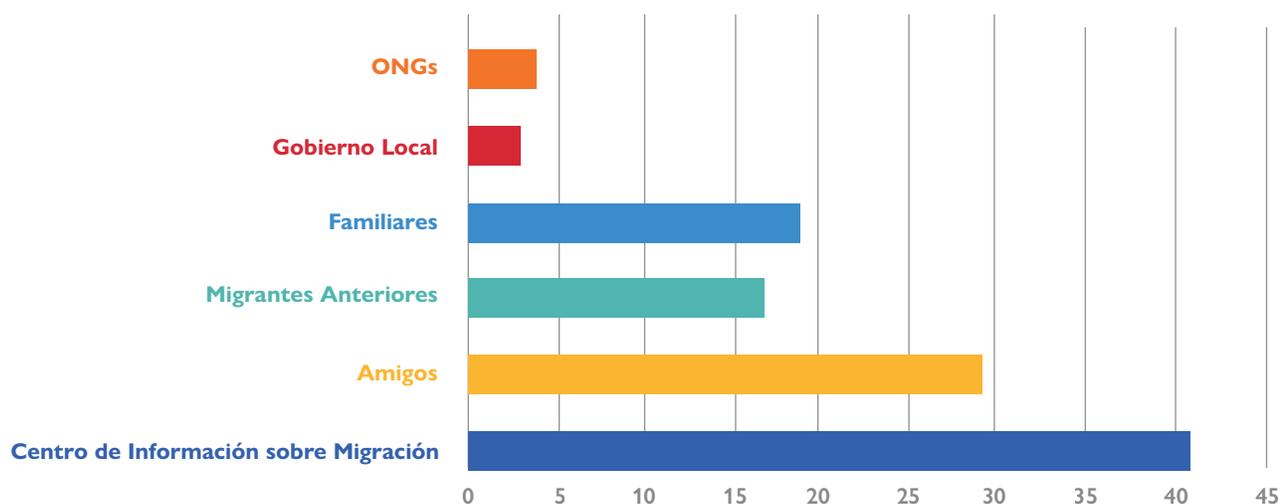
- El **53%** consideraría migrar a otro país, de los cuales **42%** están considerándolo de manera convincente. Un **43%** del total considera que México es una opción viable.
- El **91%** haría un gran esfuerzo para obtener los documentos necesarios para migrar de manera regular o regularizar su estatus migratorio, mientras que un **6%** adicional lo ha considerado.
- El **51%** buscaría información sobre como migrar de manera regular, mientras que hay un **81%** que visitaría un Centro de Información sobre Migración.
- Un **50%** de las personas conversarían con otros migrantes sobre opciones de regularización en México.



APRENDIZAJES CLAVES

- El alto conocimiento **(76%)** de las personas sobre los riesgos de migrar de manera irregular, ha disminuido el número de personas que utilizarían un coyote, sin embargo, aún se presenta un porcentaje alto dispuesto a migrar en caravana **(29%)**.
- Existen contrastes entre las respuestas de los migrantes en sus países de origen y en México, especialmente en relación con la violencia como razón para migrar donde en sus países de origen promedia un **15%** y en México alcanza un **51%**.
- El **97%** haría un gran esfuerzo para obtener los documentos, pero el **59%** no sabe cuáles documentos necesita. De los documentos que se tienen o se piensan obtener, el **56%** optaría o tiene una visa, el **37%** una residencia permanente, el **35%** un permiso de trabajo; un **20%** piensan que con un pasaporte es suficiente.
- Un **49%** de las personas mencionaron no saber dónde buscar información para migrar de manera regular.
- A pesar de que el **86%** de las personas entrevistadas expusieron que no tienen un trabajo asegurado en el extranjero, **51%** de las mujeres indicaron que trabajarían en cualquier trabajo que esté disponible, mientras que el **41%** de los hombres indicaron que trabajarían en construcción. Así como el **24%** de las mujeres trabajaría en servicios de hostelería, y el **33%** de los hombres en cualquier trabajo que esté disponible.
- **86%** no tienen un trabajo asegurado en el país de destino y/o tránsito.
- Un **69%** conoce destinos alternativos a los Estados Unidos, **50%** tiene actitudes positivas hacia ellos, y un **62%** consideraría migrar a estos países.
- Un **62%** conoce los diferentes países a donde podría migrar, principalmente México.
- Sólo un **6%** piensa quedarse en la zona sur, mientras que el **32%** piensa ir a la Ciudad de México, y **62%** piensa ir a la frontera norte.
- Hay un contraste entre los posibles países de destino entre las personas encuestadas en México y en países de origen. En los países de origen solo **5%** consideraría a México como país de destino, mientras que ya en México, este número alcanza el **43%**.

¿DÓNDE BUSCARÍA INFORMACIÓN?



Medios de comunicación



¿QUÉ MEDIOS POSEEN?

- 36% Internet
- 34% Smartphone
- 29% Teléfono móvil convencional
- 23% Televisión

98% de las personas que usan internet, acceden a través de su smartphone



¿QUÉ MEDIOS USAN MÁS?

- 63% Internet (3.8 horas de consumo al día)
- 19% Televisión (2.6 horas de consumo al día)
- 7% Radio (3 horas de consumo al día)

Sobre todo, por la tarde, con excepción de la radio que se escucha más por las mañanas.

23% no hace uso de medios de comunicación

USO DE MEDIO

Internet
63%

Género:
F: 60% M: 66%

Televisión
19%

Género:
F: 19% M: 20%

Radio
7%

Género:
F: 7% M: 7%



REDES SOCIALES A LAS CUALES ESTÁN SUSCRITOS (AS):

26% ninguna red social

- **73%** de las mujeres y **73%** de los hombres usan Facebook
- **10%** de las mujeres y **13%** de los hombres usa Youtube
- **9%** de las mujeres y **15%** de los hombres usa Instagram
- **8%** de las mujeres y **15%** de los hombres usa Google +

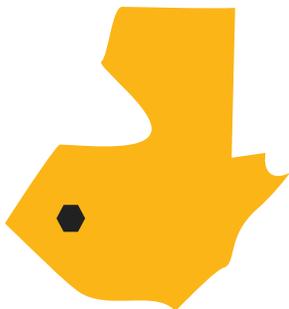
USO DE CHAT:

- **68%** hace uso de Facebook Messenger (77% 15-24, 71% 25-34, 50% 35 y más)
- **68%** hace uso de Whatsapp (68% 15-24, 71% 25-34, 62% 35 y más)
- **20%** hace uso de mensajes de texto (18% 15-24, 21% 25-34, 19% 35 y más)





Resultados del levantamiento de información en Salcajá y San Cristóbal.



La **Comunicación para el Desarrollo (C4D)** es un proceso participativo donde se trabaja con las comunidades para encontrar soluciones a los problemas locales. En el 2019, utilizando una metodología validada a nivel global para el uso de la C4D en el tema migratorio, la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) se propone apoyar a sus contrapartes para la implementación de una estrategia que promueva cambios en comportamientos.

El primer paso de esta metodología es conocer a las comunidades en las que se va a implementar la estrategia. Por ello, la OIM, con el apoyo de contrapartes locales, implementó un estudio en varias comunidades de Salcajá con el objetivo de conocer los conocimientos, actitudes y comportamientos de las personas con relación al tema migratorio, particularmente sobre alternativas a la migración irregular. Este estudio es una línea base que nos permite guiar los siguientes pasos de la estrategia en conjunto. A continuación, se presentan los principales resultados de este estudio.

PUNTOS METODOLÓGICOS



Público objetivo

Migrantes potenciales en los próximos 12 meses.
51/49 entre mujeres y hombres
Personas mayores de 15 años



Cobertura¹

- **Área de Tratamiento:** Salcajá, n=295
- **Área de Control:** San Cristobal, n=162



Método de encuesta

Las encuestas fueron realizadas por voluntarios locales que fueron capacitados por OIM sobre cómo administrar el cuestionario y hacer el muestreo. Los encuestados fueron seleccionados mediante una combinación de muestreo aleatorio, puerta a puerta e intercepción.



Periodo de Recolección de Datos

Del 23 de enero al 24 de febrero de 2019



Tamaño de la muestra por país

457 personas



Método de recolección

Entrevista cara a cara mediante entrevistas personales asistidas por tablet utilizando muestreo aleatorio puerta a puerta e intercepción.

¹ El área de tratamiento comprende la principal comunidad donde se pretende trabajar, mientras que el área de control es una línea base para la comparación a la hora de medición de resultados. En esta comunidad no podemos trabajar directamente ya que afectaría la medición de resultados.

PERFIL MIGRATORIO

¿Ha migrado antes?

- 62%** No
- 21%** Sí, a otro país
- 19%** Sí, a otro departamento

¿Quién le influenció?

- 81%** Yo mismo tomé la decisión
- 48%** Familiares u amigos

¿Dónde quiere migrar?

- 89%** Estados Unidos
- 4%** México
- 3%** Canadá
- 2%** Europa (España)
- 1%** Costa Rica, Panamá

Nivel educativo:

- 43%** Primaria incompleta o menos
- 15%** Primaria
- 14%** Secundaria incompleta
- 14%** Secundaria completa
- 12%** Educación vocacional

Trabajo:

- 31%** empleados
- 31%** trabaja por cuenta propia
- 12%** desempleado
- 16%** ama de casa
- 10%** estudia u otros

Edades:

- 37%** de 15 a 24 años
- 34%** de 25 a 35 años
- 30%** más de 35 años

¿Conoce a alguien en el país de destino?

- 53%** Sí, familia
- 31%** Sí, amigos
- 28%** No

¿Por qué desea migrar?

- 87%** para encontrar trabajo y ganar dinero
*Solo 4% tienen un contrato asegurado.
- 16%** para la reunificación familiar
- 7%** por la violencia y la inseguridad

¿Cómo va a migrar?

- 68%** con la ayuda de un coyote
*El uso del coyote es mayor hacia Estados Unidos y menor para América Latina, Canadá o Europa.
- 12%** con un permiso de trabajo
- 10%** con una visa para la reunificación familiar
- 8%** no lo sabe todavía

Costos de migrar:

- Estados Unidos:** 7000 USD
- Europa, Canadá y Asia:** 8100 USD
- América Latina:** 4800 USD

¿Cómo piensa pagar los costos de migrar?

- Prestamos de amigos y familias** 38%
- Ahorros** 27%
- Préstamo de un banco** 22%
- Vendiendo bienes** 20%

¿Qué riesgos preocupan más?

- Explotación sexual
- Trata de personas
- Violencia Sexual
- Secuestro

¿Qué riesgos preocupan menos?

- No encontrar trabajo
- Pedir demasiado dinero prestado
- Ser arrestado y deportado

¿Qué conocimientos tienen las personas?

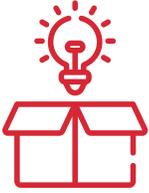
- El **89%** sabe que la migración a Estados Unidos se ha vuelto más difícil en los últimos años.
- El **61%** sabe que se necesita una visa o permiso de trabajo para migrar de manera regular.
- El **71%** sabe que puede ser retornado y perder mucho dinero si migran de manera irregular, es decir, conocen los riesgos básicos de la migración irregular.
- El **61%** no sabe que otros países además de los Estados Unidos pueden ofrecer oportunidades de trabajo para los migrantes.
- El **82%** de las personas no conocen opciones locales de programas de apoyo.

¿Qué actitudes tienen las personas?

- Solo **33%** de las personas está en desacuerdo con que un buen coyote les puede llevar a Estados Unidos.
- El **70%** piensa que no vale la pena obtener los documentos apropiados para migrar.
- El **68%** cree que Estados Unidos es el único país que vale la pena para migrar.
- Un **67%** piensa que no vale la pena considerar alternativas locales a la migración irregular, mientras que **29%** si considera que vale la pena.
- Un **70%** considera que ganarse la vida a nivel local es imposible.

¿Qué intenciones (comportamientos) tienen las personas?

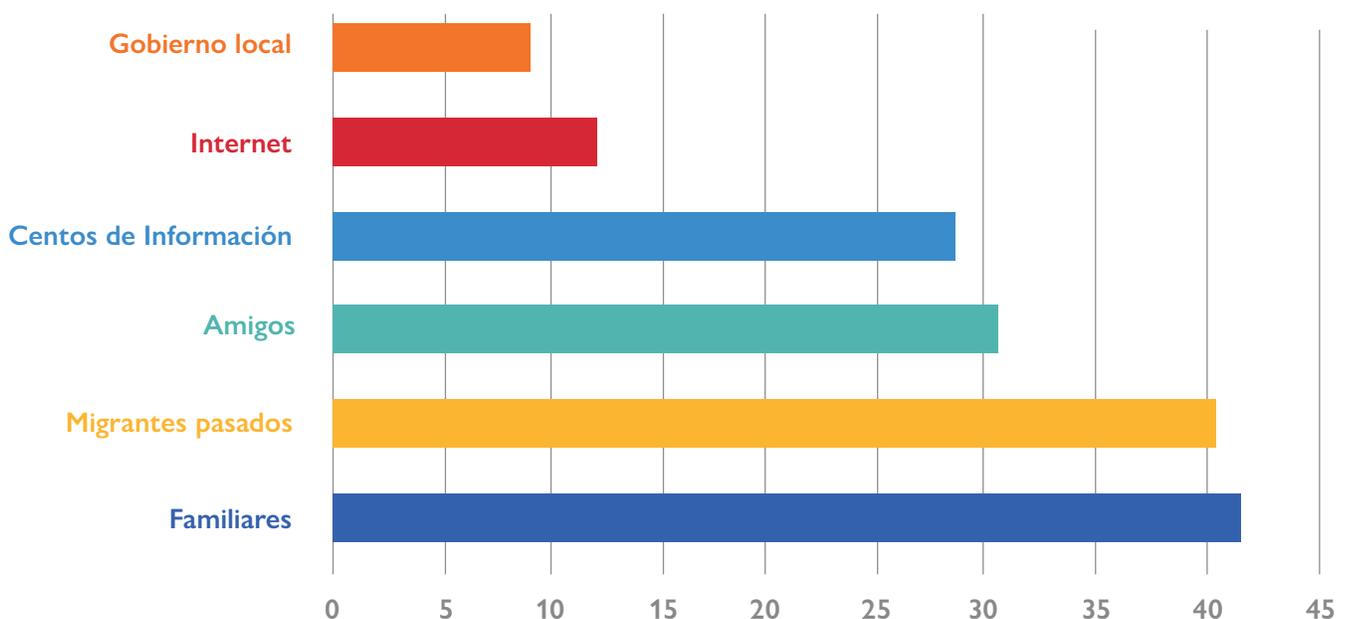
- Un **78%** de las personas consideraría unirse a programas locales de apoyo.
- El **47%** consideraría migrar a otro país, de los cuales **29%** están considerándolo de manera convincente.
- El **69%** haría un gran esfuerzo para obtener los documentos necesarios para migrar de manera regular, mientras que un **20%** adicional lo está considerando.
- El **69%** buscaría información sobre como migrar de manera regular, mientras que un **19%** adicional lo está considerando.
- Hay un **64%** de las personas que visitaría un Centro de Información sobre Migración, mientras que **19%** adicional lo estaría considerando.



APRENDIZAJES CLAVES

- Hay un **70%** de las personas que no conocen programas locales de apoyo, pero aún considerarían unirse a ellos, mientras que hay un **55%** que quiere unirse a uno, pero considera que los actuales no valen la pena.
- Hay un **56%** de las personas que haría un esfuerzo por obtener los documentos necesarios para migrar de manera regular pero piensa que los procesos actuales no valen la pena, mientras que hay un **28%** que haría este esfuerzo pero no sabe cómo.
- Al haber un desconocimiento sobre otros países donde se puede migrar (**61%**), existe una actitud negativa alta ante las posibilidades que estos ofrecen (**68%**); reflejado en una intencionalidad baja (**47%**).
- A pesar de que el **71%** de las personas conocen los riesgos de migrar de manera irregular y les preocupan, hay un **68%** que aún migraría con un coyote.

¿DÓNDE BUSCARÍA INFORMACIÓN ANTES DE MIGRAR?



Medios de comunicación



¿QUÉ MEDIOS POSEEN?

- **76%** Televisión
- **70%** Radio
- **39%** Internet
- **33%** Smartphone
- **28%** Periódico
- **21%** Teléfono móvil convencional



¿QUÉ MEDIOS USAN MÁS?

- **60%** televisión (2.8 horas de consumo al día)
 - **58%** radio (5 horas de consumo al día)
 - **40%** internet (4.8 horas de consumo al día)
- *En poblaciones menores el consumo de internet sube y el de radio baja.

Sobre todo por la tarde y la noche, con excepción de la radio



REDES SOCIALES

- **61%** Facebook
- **37%** No tiene cuentas
- **12%** Instagram
- **11%** YouTube

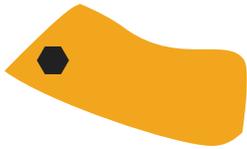


¿DÓNDE SIGUE LAS NOTICIAS?

- *Hay una correlación positiva entre las personas que ven más noticias y un KAP mas alto.
- **42%** Noticias en cable
 - **31%** Facebook
 - **29%** Canales de televisión nacional
 - **19%** Programas nacionales de radio



Principales Resultados del Levantamiento de Información en Ahuachapán.



La OIM implementa el Programa Regional sobre Migración (conocido como Programa Mesoamérica), financiado por el Departamento de Estado de Estados Unidos, Oficina de Población, Refugiados y Migración, con el objetivo de promover la buena gobernanza de la migración regular y reducir las vulnerabilidades de los migrantes, asociadas entre otras con la trata de personas y el tráfico ilícito de migrantes.

Desde este Programa, la OIM propone fortalecer sus esfuerzos para informar y promover la migración regular desde la metodología de Comunicación para el Desarrollo. Esta metodología se propone como una forma innovadora de planificar, ejecutar y evaluar actividades de comunicación que tengan como objetivo el cambio de comportamiento positivo para contribuir al desarrollo social de las comunidades.

La metodología de Comunicación para el Desarrollo se está implementando en El Salvador en el Municipio de Ahuachapán para lo cual se ha realizado una línea base para entender los conocimientos, actitudes y prácticas de las personas entorno a la migración, información que nos guiará en la implementación de la metodología.

PUNTOS METODOLÓGICOS



Público objetivo

Migrantes potenciales en los próximos 12 meses
50/50 entre mujeres y hombres
Personas mayores de 15 años



Cobertura¹

El Salvador, Ahuachapán
• Área de Tratamiento: Ahuachapán, n=383
• Área de Control: Las Chinamas, n=173



Método de encuesta

La evaluación se realizó con voluntarios locales que fueron capacitados en el sitio sobre cómo administrar el cuestionario y hacer el muestreo. Los encuestados fueron seleccionados mediante una combinación de muestreo aleatorio puerta a puerta e intercepción.



Periodo de Recolección de Datos

22 de Enero al 1 de Febrero 2019.



Tamaño de la muestra por país

El Salvador, n=556



Método de recolección

Entrevista cara a cara mediante entrevista personal asistida por computadora (CAPI)

¹ El área de tratamiento comprende la principal comunidad donde se pretende trabajar, mientras que el área de control es una línea base para la comparación a la hora de medición de resultados. En esta comunidad no podemos trabajar directamente ya que afectaría la medición de resultados.

PERFIL DE LA PERSONA ENCUESTADA

PERFIL DEMOGRÁFICO

Edad:

15-24 años	48%
24-35 años	22%
35 a más años	30%

Actividad Principal:

Estudiante	31%
Empleado	17%
Desempleado	16%

Actividad Principal:

Bachillerato Completo	35%
Estudio Vocacional	20%

Sector Laboral:

No trabaja	61%
Ventas	22%
Agricultura	6%

Estatus Socioeconómico:

Bajo

Ingresos del hogar:

Ingreso promedio	\$310
Ingreso medio	\$250

Medios de comunicación



¿QUÉ MEDIOS POSEEN?

- 89% Televisión
- 60% **Smartphone**
- 68% Internet
- 51% Radio

El **97%** accede a Internet a través del **teléfono móvil**. ¡Facebook es la plataforma de redes sociales más popular!



¿QUÉ MEDIOS USAN MÁS?

- 74% Internet
- 63% Televisión

Con un consumo de 2.5 horas y 4.8 horas al día respectivamente. Sobre **todo** por la tarde.

USO DE MEDIOS



Internet: 74%

Sexo:

F: 69% M: 78%



Televisión: 63%

Sexo:

F: 64% M: 61%



Radio: 18%

Sexo:

F: 20% M: 16%

Expectativas e intenciones Migratorias

¡Solo las personas que planearon migrar fueron encuestadas!

¿Has migrado antes?

67% No
25% Sí, a otro país

¿Quién te influenció para migrar?

76% Yo mismo tomé la decisión
11% Otros parientes

¿Por qué desea migrar?

70% para encontrar trabajo
19% para la reunificación familiar
21% por la violencia y la inseguridad

¿Como va a migrar?

32% con la ayuda de un coyote
32% con una visa para la reunificación familiar
19% con un permiso de trabajo
Sólo **4%** con una caravana

¿Cómo pagaría los costos de la migración?

Ahorros 51%
Vender activos 15%
Familiares y amigos 35%
Prestamista de dinero 4%
Préstamo bancario 8%
Empleador / reclutador 1%
Otro 5%

Costos para Migrar

Hacia Estados Unidos
\$5900

Hacia Europa, Canadá y Asia
\$6600

Latinoamérica
\$3500

¿Qué riesgos les preocupan más?

Secuestro, violencia sexual, y robo y asalto.

¿Qué riesgos les preocupan menos?

No encontrar trabajo, la explotación laboral, y no poder pagar prestamos adquiridos.

¿Qué conocimientos tienen las personas?

- El **89%** sabe que la migración a Estados Unidos se ha vuelto más difícil en los últimos años.
- El **69%** sabe que se necesita una visa o permiso de trabajo para migrar de manera regular.
- **88%** sabe que puede ser retornado y perder mucho dinero si migran de manera irregular, es decir, conocen los riesgos básicos de la migración irregular.
- El **79%** de las personas no conocen opciones locales para el desarrollo.
- El **53%** sabe que otros países además de los Estados Unidos pueden ofrecer oportunidades de trabajo para los migrantes

¿Qué actitudes tienen las personas?

- El **35%** piensa que con un buen coyote se puede ir a Estados Unidos, mientras que **32%** no contradice esta información.
- **36%** piensa que no vale la pena obtener los documentos apropiados, mientras que **40%** piensa que si vale la pena obtener la documentación para migrar.
- El **50%** cree que Estados Unidos es el único país que vale la pena para migrar, mientras que un **27%** (incluyente) está seguro de ello.
- Solo un **28%** considera que vale la pena considerar alternativas locales a la migración irregular.
- Solo **29%** considera que ganarse la vida a nivel local es posible.

¿Qué comportamiento tienen las personas?

- Un **88%** de las personas consideraría programas locales de apoyo, de los cuales **54%** están convencidos de hacerlo.
- El **62%** consideraría migrar a otro país, de los cuales **42%** están considerándolo de manera convincente.
- El **71%** haría un gran esfuerzo para obtener los documentos, mientras que **23%** piensan hacerlo.
- El **63%** buscaría información sobre como migrar de manera regular, mientras que un **29%** adicional lo estarían considerando.
- Hay un **66%** de las personas que visitaría un Centro de Información, mientras que **23%** lo estarían considerando.



APRENDIZAJES

Migración regular

Hay un **20%** de las personas que a pesar de conocer los riesgos básicos de la migración irregular migraría con un coyote.

Hay un **59%** de las personas que, a pesar de confiar en los coyotes, buscaría información sobre como migrar de manera regular.

Documentación

Un **56%** de las personas que tiene una intención de obtener la documentación necesaria para migrar, cree que este proceso no vale la pena.

Un **63%** tiene una intención de obtener la documentación necesaria, pero no sabe cual necesita.

Programas Locales

Un **67%** de las personas tiene una intención de formar parte de programas locales, pero no conoce de ellos, mientras que un **60%** consideraría formar parte, pero cree que los actuales no valen la pena.

Destinos alternativos

Un **69%** conoce destinos alternativos a los Estados Unidos, **50%** tiene actitudes positivas hacia ellos, y un **62%** consideraría migrar a estos países.



Resultados del levantamiento de información en Cofradía y Barrio Medina, San Pedro Sula.



La Comunicación para el Desarrollo (C4D) es un proceso participativo donde se trabaja con las comunidades para encontrar soluciones a los problemas locales. En el 2019, utilizando una metodología validada a nivel global para el uso de la C4D en el tema migratorio, la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) se propone apoyar a sus contrapartes para la implementación de una estrategia que promueva cambios en comportamientos.

El primer paso de esta metodología es conocer a las comunidades en las que se va a implementar la estrategia. Por ello, la OIM, con el apoyo de contrapartes locales, implementó un estudio en varias comunidades de San Pedro Sula con el objetivo de conocer los conocimientos, actitudes y comportamientos de las personas con relación al tema migratorio, particularmente sobre alternativas a la migración irregular. Este estudio es una línea base que nos permite guiar los siguientes pasos de la estrategia en conjunto. A continuación, se presentan los principales resultados.

PUNTOS METODOLÓGICOS



Público objetivo

Migrantes potenciales en los próximos 12 meses.
51/49 entre mujeres y hombres
Personas mayores de 18 años



Cobertura 1

- **Área de Tratamiento:** Cofradía, n=349
- **Área de Control:** Barrio Medina, n=150



Método de encuesta

Las encuestas fueron realizadas por voluntarios locales (Alcaldía Municipal, CRS y Jóvenes contra la Violencia) que fueron capacitados por OIM sobre cómo administrar el cuestionario y hacer el muestreo. Los encuestados fueron seleccionados mediante una combinación de muestreo aleatorio, puerta a puerta e intercepción.



Periodo de Recolección de Datos

Del 5 al 21 de febrero de 2019



Tamaño de la muestra por país

499 personas



Método de recolección

Encuesta cara a cara mediante entrevistas personales asistidas por tablet utilizando muestreo puerta a puerta y randomizado.

¹ El área de tratamiento comprende la principal comunidad donde se pretende trabajar, mientras que el área de control es una línea base para la comparación a la hora de medición de resultados. En esta comunidad no podemos trabajar directamente ya que afectaría la medición de resultados.

PERFIL MIGRATORIO

¿Ha migrado antes?

56% NO

12% Sí, a otro departamento

33% Sí, a otro país

¿Quién le influenció para migrar?

90% Yo mismo tomé la decisión

21% Otros parientes u amigos

¿Dónde quiere migrar?

75% Estados Unidos

13% Europa (España)

5% México

3% Canadá

4% Costa Rica, Panamá, Guatemala, El Salvador

¿Conoce a alguien en el país de destino?

61% Sí, familia

28% Sí, amigos

22% No

¿Por qué desea migrar?

83% para encontrar trabajo y ganar dinero

14% para la reunificación familiar

16% por la violencia y la inseguridad

¿Cómo va a migrar?

31% con la ayuda de un coyote

26% con una caravana

14% con una visa para la reunificación familiar

16% con un permiso de trabajo

12% no lo sabe todavía

Costos de migrar

Estados Unidos: 2300USD

Europa, Canada y Asia: 2300USD

América Latina: 1400USD

¿Cómo piensa pagar los costos de migrar?

Ahorros: 49%

Vendiendo bienes: 28%

Prestamos de amigos y familias: 22%

¿Qué riesgos preocupan más?

- Trata de personas
- Secuestro
- Violencia sexual

¿Qué riesgos preocupan menos?

- No encontrar trabajo
- Pedir demasiado dinero prestado

¿Qué conocimientos tienen las personas?

- El **79%** sabe que la migración a Estados Unidos se ha vuelto más difícil en los últimos años.
- El **61%** sabe que se necesita una visa o permiso de trabajo para migrar de manera regular.
- El **64%** sabe que puede ser retornado y perder mucho dinero si migra de manera irregular, es decir, conoce los riesgos básicos de la migración irregular.
- El **53%** sabe que otros países además de los Estados Unidos pueden ofrecer oportunidades de trabajo para los migrantes.
- El **83%** de las personas no conoce opciones locales de programas de apoyo.

¿Qué actitudes tienen las personas?

- El **57%** confía en que un buen coyote los puede llevar a Estados Unidos, mientras que solo **36%** contradice esta afirmación.
- El **62%** piensa que no vale la pena obtener los documentos apropiados para migrar.
- El **47%** cree que Estados Unidos es el único país que vale la pena para migrar.
- Un **59%** piensa que no vale la pena considerar alternativas locales a la migración irregular, mientras que **29%** sí considera que vale la pena.
- Un **54%** considera que ganarse la vida a nivel local es imposible.

¿Qué intenciones (comportamientos) tienen las personas?

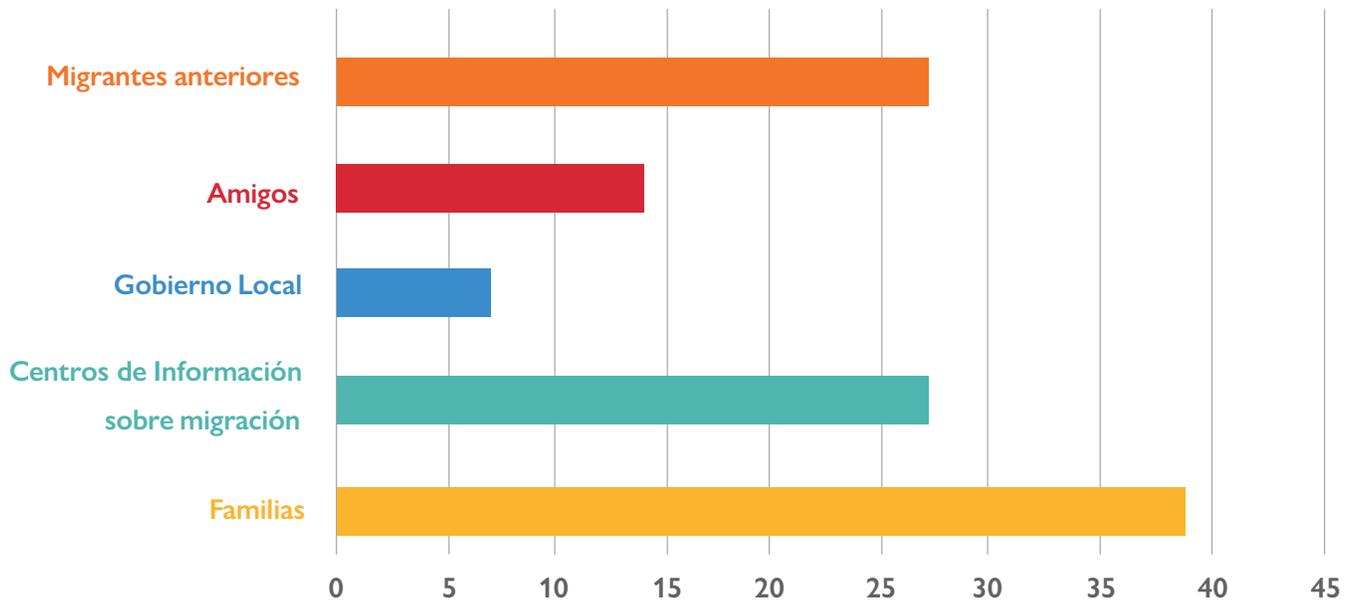
- Un **76%** de las personas consideran unirse a programas locales de apoyo.
- El **65%** consideraría migrar a otro país, de los cuales **47%** está considerándolo de manera convincente.
- El **66%** haría un gran esfuerzo para obtener los documentos necesarios para migrar de manera regular, mientras que un **22%** adicional lo está considerando.
- El **60%** buscaría información sobre como migrar de manera regular, mientras que un **23%** adicional lo estaría considerando.
- Hay un **60%** de las personas que visitaría un Centro de Información sobre Migración, mientras que **23%** adicional lo estaría considerando.



APRENDIZAJES CLAVES

- Hay un **59%** de las personas que no conocen programas locales de apoyo pero aún considerarían unirse a ellos, mientras que hay un **35%** que quiere unirse a uno, pero considera que los actuales no valen la pena.
- Hay un **50%** que haría un esfuerzo por obtener los documentos necesarios para migrar de manera regular.
- Un **53%** de las personas creen que solo vale la pena migrar a Estados Unidos.
- A pesar de que el **64%** de las personas conocen los riesgos de migrar de manera irregular, hay un **31%** que aún migraría con un coyote y un **26%** que lo haría con una caravana.

¿DÓNDE BUSCARÍA INFORMACIÓN ANTES DE MIGRAR?



MEDIOS DE COMUNICACIÓN

¿Qué medios poseen?

- 81% Televisión
- 43% Internet
- 22% Smartphone
- 18% Teléfono móvil convencional
- 16% Periódico



¿QUÉ MEDIOS USAN MÁS?

- 77% Televisión (4.5 horas de consumo al día)
- 50% internet (2.8 horas de consumo al día)
Sobre todo por la tarde.